



DECATHLON

PRESSEMITTEILUNG

DECATHLON Deutschland erzielt Umsatzrekord
Unternehmen zieht positive Bilanz für 2021

10. FEBRUAR 2022

DECATHLON Deutschland erzielt Umsatzrekord

Unternehmen zieht positive Bilanz für 2021

- Das bisher erfolgreichste Jahr in 35-jähriger Unternehmensgeschichte
- Umsatzrekord mit 700 Mio. € Nettoumsatz
- Umsatzanteil des Onlineshops auf 40 % gestiegen
- Auf dem Weg vom Sportfachhändler zur Sportplattform

Plochingen, 10. Februar 2022: DECATHLON Deutschland feiert sein bisher erfolgreichstes Jahr in der 35-jährigen Unternehmensgeschichte. Seit 1986 die erste deutsche Filiale in Dortmund eröffnete, hat sich der Sportartikelhersteller und -händler auf 84 Filialen, zwei Logistikzentren und vier Campus-Standorte für zentrale Services mit insgesamt 4.833 Mitarbeiter:innen vergrößert. Die im November vorgestellte Strategie 'Das Spielfeld neu gestalten' setzt auf ein nachhaltiges Wachstum, sowohl online als auch offline. Jetzt zieht das Unternehmen Bilanz für das Jahr 2021 und veröffentlicht seine Zahlen zu den drei Grundpfeilern People, Planet und Performance. Das Jahr 2021 schließt DECATHLON Deutschland mit einem Umsatzrekord von 700 Mio. € Nettoumsatz und damit einem Wachstum von + 4,9 % im Vergleich zum Vorjahr ab.

André Weinert, CEO DECATHLON Deutschland: *"2021 war ein sehr spannendes Jahr für DECATHLON Deutschland. Der Corona-Lockdown hat uns in den ersten fünf Monaten stark ausgebremst. Mit ambitionierten Zielen und einem motivierten Team haben wir es dennoch geschafft, 2021 zum erfolgreichsten Jahr in der Geschichte von DECATHLON Deutschland zu machen. Darauf bin ich mächtig stolz und bedanke mich bei allen Mitarbeiter:innen für ihren Einsatz."*

PEOPLE: Das Team macht den Unterschied

In Deutschland arbeiten 4.833 Mitarbeiter:innen (Stand 31.12.2021) für den Sportartikelhersteller und -händler DECATHLON, davon 72,75 % im Retail, 20,67 % in der Logistik und 6,58 % in den zentralen Services. Mit 45,5 % weiblichen und 54,5 % männlichen Kolleg:innen aus 97 Nationen setzt das Unternehmen zudem auf eine diverse Mannschaft. Um sich auf dem hart umkämpften Arbeitsmarkt weiterhin attraktiv aufzustellen, fokussiert sich DECATHLON seit September 2021 auf eine neue Arbeitskultur in den zentralen Services. Bewerber:innen und bestehende Teammates, die nicht an eine Filiale gebunden sind, können ihren räumlichen Arbeitsplatz mit vier Campus-Standorten in Berlin, Dortmund, Schwetzingen und Plochingen flexibel wählen. Zudem hat das Unternehmen für die Zeit nach der Pandemie für die zentralen Services eine feste Home-Office-Integration von zwei Tagen eingeführt. Als finanzielles Dankeschön für die starke Performance in 2021 schüttet DECATHLON Deutschland neben seinen bereits unterjährig gezahlten Prämien in Höhe von 5,2 Mio. € seinen Mitarbeiter:innen weitere 1,7 Mio. € aus.

PLANET: Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern ein Muss

Global verfolgt DECATHLON das ambitionierte Ziel, sein Sortiment bis 2026 auf 100 % Ecodesign-Produkte umzustellen. Ecodesign steht dafür, dass die Umweltauswirkungen während des gesamten Produktlebens reduziert werden sollen, ohne die Funktionalität einzuschränken. Zum Beispiel muss ein Ecodesign-Produkt aus mehr als 90 % Biobaumwolle, mehr als 50 % spinngefärbter Stoff (Färbeprozess) oder mehr als 70 % recyceltes Polyester bestehen, um die Ecodesign-Kriterien zu erfüllen. In Deutschland bietet DECATHLON bereits mehr als 1.000 Produkte im seinem Sortiment an, die nach den Ecodesign-Kriterien hergestellt wurden. Der aktuelle Umsatzanteil beträgt dabei 10 %.

Neben der stetigen Erweiterung des Ecodesign-Sortiments setzt der Händler zudem verstärkt auf nachhaltige Services wie Reparaturen und das Angebot von Second Use. So konnte DECATHLON Deutschland im vergangenen Jahr circa 15.000 retournierte Produkte mit leichten Gebrauchsspuren zu einem vergünstigten Preis über das Second Use Programm wieder in den Verkauf geben. Kund:innen, die retournierte und leicht benutzte Produkte kaufen, unterstützen das Unternehmen dabei, den Produktlebenszyklus zu verlängern. DECATHLON achtet zudem darauf, dass neuwertige retournierte Produkte direkt wieder in das Sortiment aufgenommen werden. Hier liegt die Quote in 2021 bei 98,5 %.

Um den Lebenszyklus eines Produktes zu verlängern, wird Sportler:innen auch die Möglichkeit der Reparatur angeboten. Die Service Points in den Filialen und regionalen Werkstätten konnten so im vergangenen Jahr insgesamt 11.000 Produkte reparieren.

PERFORMANCE: Das Spielfeld neu gestalten

DECATHLON Deutschland stellte in 2021 die neue Unternehmensstrategie 'Das Spielfeld neu gestalten' mit dem klaren Ziel vor, bis 2026 die erste Sportplattform für Menschen in Deutschland zu werden. Zudem wurde das Unternehmen neuer Hauptsponsor des BMW IBU Weltcup Biathlon, launchte seinen Online-Marktplatz mit noch mehr Marken und brachte die neue Dachmarkenstrategie 'Entdecke, was dich bewegt' auf den Weg. In den Sportsegmenten waren vor allem Outdoor, Fitness und Mobility stark nachgefragt und verzeichneten den größten Umsatzanteil. Das beste Wachstum wiederum war bei Wintersport, Teamsport und Wassersport zu beobachten. Insgesamt eröffnete DECATHLON im vergangenen Jahr sechs neue Filialen in Bremen-Brinkum, Offenburg, Paderborn, München-Unterföhring, Rosenheim und Jena. Auch digital stand alles auf Wachstumskurs: Der Sportartikelhändler konnte 2021 in Deutschland seinen Onlineumsatz um + 50 % im Vergleich zum Vorjahr steigern. Der Rekord-Nettoumsatz von 700 Mio. € verteilt sich damit zu 60 % auf die Stores und zu 40 % auf den E-Commerce (nach Retouren). Damit erzielte DECATHLON Deutschland ein Rekordergebnis von 30,9 Mio. € EBIT.

Tabelle Bilanzergebnisse 2021

	2021	2020
Nettoumsatz	700 Mio. € (+ 4,9 %)	667 Mio. €
Umsatzanteil (Stores / E-Commerce)	60 % Stores 40 % E-Commerce	72 % Stores 28 % E-Commerce
Bruttoumsatz	830 Mio €	782 Mio €
Ergebnis (EBIT)	30,9 Mio. €	10,8 Mio. €

ÜBER DECATHLON

„Sport for all – all for Sport“ - DECATHLON lebt sein sportliches Motto wie sonst kaum ein anderes Unternehmen. Von A wie Alpinski bis Z wie Zelten werden über 100 verschiedene Sportarten unter einem Dach bedient. Angefangen vom Einsteiger bis zum Profi, vom Einzel- bis zum Teamsportler oder vom kleinen bis zum großen Kind bietet DECATHLON alles um die Sportlerherzen höher schlagen zu lassen. Seit nun mehr als 40 Jahren möchte der französische Sportartikelhersteller und -händler jedem die Freude am Sport ermöglichen. Die Grundlage hierfür sind innovative Sportartikel zu vernünftigen Preisen. Um jeden Tag das beste Preis-Leistungsverhältnis anbieten zu können, bedient das Unternehmen die gesamte Wertschöpfungskette selbst: Die einzelnen Teams von der Forschung über die Entwicklung und die Logistik bis zum Verkauf arbeiten dafür jeden Tag Hand in Hand zusammen und optimieren ständig ihre Prozesse – denn sie sind alle Sportsfreunde und teilen die gleiche Leidenschaft für den Sport. Weltweit vertreibt das Unternehmen dadurch mehr als 75 Eigenmarken in über 1.709 Filialen in 61 Ländern. In Deutschland ist DECATHLON bisher mit über 80 Filialen und rund 5.000 Mitarbeiter:innen vertreten.

PRESSEKONTAKT

Hanna Beck

hanna.beck@decathlon.com

+49 151 74639120

DECATHLON Deutschland SE & Co. KG

Filsallee 19

73207 Plochingen

presse@decathlon.de

Weitere Informationen:

presse.decathlon.de

DECATHLON

ENTDECKE, WAS DICH BEWEGT